



Fondamentaux du marketing



Niveau d'étude
BAC +1



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

- Démarche marketing et champ d'application
- Identification des acteurs de l'offre, de la demande et les facteurs d'influence d'un marché
- Analyse de l'influence des acteurs sur le marché
- Connaissance du comportement du consommateur et ses attentes : notion de besoins, modélisation du comportement du consommateur, facteurs explicatifs du comportement, processus de décision et variables clés
- Identification des cibles d'un marché et des critères de segmentation
- Identification des positionnements
- Choix d'une cible et du positionnement lié

Objectifs

- Appréhender l'état d'esprit et la démarche marketing fondée sur les besoins
- Identifier les étapes de la démarche marketing
- Analyser correctement le marché dans lequel se situe une offre simple
- Analyser le comportement du consommateur et les facteurs clés de son processus de décision
- Connaître et utiliser les méthodes de segmentation, les stratégies de ciblage et de positionnement

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	28h
CM	Cours Magistral	12h

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Note éliminatoire de l'épreuve	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			2.5		
